

На тлі глобалізаційних процесів, що відбуваються, особливо в сферах, які безпосередньо впливають на умови життя людей, державі необхідно вживати заходів з ефективного управління змінами.

#### Список використаної літератури:

1. Безрукова Н. В., Свічкарь В. А. Роль держави в умовах глобалізації / [6 Всеукр. наук.-практ. конф. Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації](#). 2015р. С.114-117. <http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/4337>.
2. Ковальчук О.О., Полінкевич О.М. Правила проведення SWOT-аналізу на промислових підприємствах [Текст] / Международная научная конференция MicroCAD : Секція №23 - Менеджмент, інвестиційні та інноваційні процеси в промисловості та народному господарстві - [Вестник НТУ "ХПИ"](#), 2014. - С.169.

### НАУКОВО-МЕТОДИЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ РИНОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ

Кобелєва Тетяна Олександрівна,  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ «ХПІ»

Дослідження, формування, оцінка та прогнозування кон'юнктури товарного ринку є нагальною задачею кожного виробника, якщо він серйозно налаштований на комерційний успіх свого бізнесу. Ефективність такої роботи багато в чому залежить від наявного методичного інструментарію та від уміння його застосовувати в тих чи інших умовах. Виходячи з цих посилок вважаємо за доцільне провести детальне дослідження існуючих методів, які використовуються в ринкових дослідженнях.

Сучасні вчені-економісти пропонують різні методичні підходи до формування та оцінки ринкової кон'юнктури. Наприклад, в роботах [1, 2, 3, 10, 11, 12] рекомендується звертати особливу увагу на наступні напрямки проведення досліджень:

- аналіз статистичної інформації про стан ринкової кон'юнктури;
- аналіз торгівельно-політичного стану;
- аналіз існуючих обмежень на торгівлю в сфері даного товару;
- визначення місткості ринку та його окремих сегментів та дослідження його динаміки;
- вивчення практики роботи конкурентів;
- встановлення та аналіз вимог споживачів до товару;
- аналіз взаємовідносин зі споживачами, дослідження поведінки покупців;
- дослідження умов збуту та прогнозування його обсягів;
- визначення ефективності маркетингових комунікацій, зокрема рекламної діяльності.

На наш погляд, є очевидним, що рекомендації цих економістів надзвичайно широкі та

надмірно узагальнені. Їх практичне використання більш прийнятне для проведення маркетингових досліджень ринку, а для цілей формування і оцінювання ринкової кон'юнктури конкретного товару можуть виникнути суттєві ускладнення.

Дослідження ринкової кон'юнктури ґрунтується на досить складній методологічній основі, яке представляє собою сплав статистичних, економетричних, кваліметричних і маркетингових методичних підходів. Дослідження та аналіз літературних джерел в галузі кон'юнктурних досліджень дозволили сформувати основні групи методів оцінювання та формування кон'юнктури і визначити їх якісні характеристики (табл.1).

Існуючі методи формування та оцінювання ринкової кон'юнктури, які представлені в табл.1., є комплексними по своїй природі і визначають, як нам представляється, певний напрям дослідження.

Таблиця 1

Якісна характеристика існуючих методів формування та оцінювання ринкової кон'юнктури

Сутність методу	Переваги методи	Недоліки методу
<b><i>Емпіричні методи</i></b>		
Базуються на вивченні і оцінювання кон'юнктури шляхом збору і обробки статистичної інформації про стан об'єкту дослідження	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ об'єктивність;</li> <li>➤ широкий спектр методів отримання інформації</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ висока трудомісткість;</li> <li>➤ значні витрати часу на збір та обробку інформації;</li> <li>➤ значні витрати</li> </ul>
<b><i>Експертні методи</i></b>		
Базуються на вивченні, аналізі та узагальненні думок високопрофесійних експертів – фахівців в галузі предмету дослідження	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ поєднання досвіду і інтуїції;</li> <li>➤ можливість отримання кількісної оцінки;</li> <li>➤ швидкість отримання результату</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ пряма залежність результату від компетенції експертів;</li> <li>➤ висока трудомісткість;</li> <li>➤ потреба в фахівцях високого рівня</li> </ul>
<b><i>Економіко-математичні методи</i></b>		
Базуються на математичному моделюванні об'єкту дослідження з метою оптимізації рішень та прогнозу розвитку	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ науковий підхід;</li> <li>➤ висока статистична достовірність;</li> <li>➤ формалізація інформаційних масивів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ висока трудомісткість;</li> <li>➤ низька гнучкість;</li> <li>➤ використання в моделях тільки кількісних характеристик об'єкту</li> </ul>

Слід зазначити, що кожен з методів, які аналізуються, включає в себе певний класифікаційний набір інструментального наповнення, в який входять різновиди даного методу, використання яких в різних випадках має своє цільове призначення. Класифікація методів дослідження, формування та оцінювання ринкової кон'юнктури, сформована

автором на основі аналізу різних першоджерел, детальний аналіз яких наводиться в доповіді.

#### Список використано літератури:

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л.Азоев, А.П.Челенков — М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. — 256 с.
2. Грабченко А.И. Основы маркетинга высоких технологий : [учебное пособие] / Грабченко А.И., Перерва П.Г., Смоловик Р.Ф. — Х. : ХГПУ, 1999. — 242 с.
3. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних двигунів/Т.О.Кобелева//Управління розвитком.- №4 (101).- 2011.- С.258.260.
4. Перерва П. Г. Антикризисный мониторинг финансово-экономических показателей работы машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянский // Економіка розвитку. — Харків : ХНЕУ. — 2010. — №2 (54). — С. 46–50.
5. Перерва П. Г. Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг / П.Г.Перерва, Н. П. Ткачова // Маркетинг і менеджмент інновацій . — 2011. — № 4(1). — С. 55-66.
6. Перерва П.Г. Антикризисні інструменти сталого розвитку підприємства: інноваційна, інвестиційна та маркетингова політика / П.Г.Перерва, А.В.Косенко, О.П.Косенко // Вісник Нац.техн.ун-ту "ХПІ" : зб.наук.пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. — Харків : НТУ "ХПІ". — 2012. — № 25. — С. 100-106.
7. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П.Г.Перерва; за ред. П.Г.Перерви, С.А.Меховича, М.І.Погорєлова. — Харків : НТУ «ХПІ», 2008. — 1080 с.
8. Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економіка розвитку. — Харків : ХНЕУ, 2011. — № 4 (60). — С. 116-120.
9. Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г. Перерва, Н.П. Ткачова // Економіка розвитку. — Харків : ХНЕУ, 2011. — №4 (60). — С. 116-120.
10. Пильник Н. Б. Прогнозирование рыночной конъюнктуры в системе малого предпринимательства [Текст] : автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук :08.00.05 / Н. Б. Пильник. - Омск, 2009. - 20 с.
11. Чорна М.В. Трансформація підходів до визначення джерел формування конкурентних переваг підприємства/М.В.Чорна// Вісник економічної науки України.- 2009.- №1.- С.184-186.
12. Pererva P.G. Technology transfer [Text] / P. G. Pererva, G. Kocziszky, D. Szakaly, M. Somosi. — Veres-Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

## СУЧАСНИЙ СТАН МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Кулінічев Петро Костянтинівич, старший викладач  
Марченко Валерій Валерійович, студент,  
Керівник - Бала Володимир Володимирович, к.е.н., доцент кафедри економіки  
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

На сьогодні важливе місце серед основних теоретичних і прикладних проблем посідає проблема створення ефективного організаційно-економічного механізму підвищення мотивації до ефективної праці персоналу вітчизняних підприємств.

Зараз, під час економічної та політичної кризи, яскраво спостерігаються такі негативні явища як депресія соціально-економічного добробуту, зниження зацікавленості працівників не тільки у високопродуктивній праці, але й у праці взагалі. Відмічається спад мотивації трудової діяльності, адже діяльність людини зумовлюється реально існуючими у неї потребами, які мають бути задоволені, а нині безліч потреб залишаються незадоволеними.[1]

Ефективна система внутрішнього управління підприємством, яка передбачає наявність чітко організованої моделі мотивації праці робітників, займає одне з ключових